

Expo Real Special

Elemente nachhaltig tragfähiger Kundenbeziehungen

Vielfältige regionale Spezifika, ausgeprägtes Fachwissen über verschiedene Assetklassen hinweg, tiefe Markteinblicke sowie im internationale Geschäft das Verständnis für andere Kulturen – die Anforderungen an einen Immobilienfinanzierer sind vielfältig. Und selbstverständlich gehören aus Kundensicht auch noch maßgeschneiderte Lösungen und eine ständige persönliche Betreuung dazu. All das kostet natürlich auch Geld. Von daher kommt es für den Finanzierer sicherlich bei allem Kundenverständnis auch darauf an, die Wirtschaftlichkeit nicht aus den Augen zu verlieren und sehr genau abzuwägen, welche Engagements sich lohnen und welche nicht. In Zeiten eines harten Wettbewerbs um die Kunden ist das sicherlich nicht immer einfach.

Stabile und nachhaltige Kundenbeziehungen sind von großer Bedeutung für den wirtschaftlichen Erfolg einer jeden Unternehmung. In der gewerblichen Immobilienfinanzierung heißt dies, den Kunden in den Mittelpunkt des eigenen Handelns zu stellen, mit ihm langfristig zusammenzuarbeiten, sich intensiv mit seinen Bedürfnissen zu beschäftigen, gemeinsame Zielrichtungen zu definieren und darauf aufbauend passgenaue Finanzierungslösungen zu erarbeiten.

Für gewerbliche Immobilienfinanzierer ist es dabei wichtig, Kunden langfristig an sich zu binden. Doch wie geschieht dies? Nachhaltig tragfähige Kundenbeziehungen in der gewerblichen Immobilienfinanzierung basieren auf eine Reihe von Kernelementen, die es erfolgreich aufzubauen und konsequent weiterzuentwickeln gilt. Einige ausgewählte Aspekte sollen im Folgenden näher betrachtet werden. Ein wesentlicher Faktor ist es, als Finanzierungspartner auch über eine eigene fundierte Expertise rund um die Immobilie zu verfügen. Nur wenn sich die Geschäftspartner gleichberechtigt begegnen und auf Augenhöhe zusammenarbeiten, können Mehrwerte geschaffen werden. Dies impliziert einen konkreten Anspruch: der Kunde erwar-

tet einen Bankpartner, der ihm fachlich nahe ist und die jeweiligen Anforderungen bis ins Detail umsetzen kann.

Fachliche Expertise

Eine wesentliche Grundvoraussetzung für den Finanzpartner ist hierbei ein ausgeprägtes Verständnis der Kreditmärkte. Nur dann kann er seine Kunden sachgerecht beraten und sie dabei unterstützen, Chancen und Risiken verschiedener Finanzierungsoptionen adäquat abzuschätzen und letztlich eine fundierte Entscheidung zu treffen. Dazu gehört, insbesondere die Bedürfnisse des Kunden zum Beispiel mit Blick auf Kredithöhe, Tranchierung, Laufzeit oder Prolongationsoptionen zu verstehen und darauf aufbauend maßgefertigte Finanzierungen zu entwickeln.

Als ein weiterer Aspekt ist ein hohes Maß an eigener Branchenexpertise des Bankpartners für die verschiedenen Immobilientypen unabdingbar. Um Kunden langfristig optimal begleiten zu können, muss bei Immobilieninvestitionen ein dezidiertes Wissenspool und eine umfassende Erfahrung vorliegen. Kunden gehen davon aus, dass ihr Partner sowohl die in Rede stehende Immobilie als auch deren Potenzial genau versteht. Dies lässt sich am Beispiel einzelner Objekttypen aus den Bereichen Hotel, Logistik, Einzelhandel und Büro anschaulich beschreiben.

Zum Beispiel bieten Hotelimmobilien bei einem starken Wettbewerb in den übrigen Objektarten nach wie vor die höheren Renditen für Investoren. Allerdings sind gerade hier ein fachspezifisches Know-how und ein Verständnis von Volatilität durch nicht „garantierte“ Mietannahmen von zentraler Bedeutung. In der

Logistikbranche ist derzeit in Europa zwar eine Boomphase zu verzeichnen. Aber damit auf diesem Gebiet eine Investition auch langfristig trägt, müssen Verbrauchszentren und Transportrouten der verschiedenen Länder einer eingehenden Analyse unterzogen werden. Auch das länderspezifisch veränderte Kaufverhalten durch die Globalisierung spielt eine Rolle.

Bei Einkaufszentren schlägt sich etwa eine falsch ausgearbeitete Layout-Planung direkt auf den Erfolg nieder. Das Einkaufsverhalten variiert dabei sehr stark in verschiedenen Ländern. Shoppingmalls sind in den USA bereits seit den frühen fünfziger Jahren ein wesentlicher Teil der amerikanischen Wirtschafts- und Konsumkultur. In Deutschland machten hingegen eher traditionelle Kaufhäuser einen Großteil der Verbraucherzentren aus. Diese haben es heute schwer und werden zunehmend weniger. Bei Bürogebäuden sind viele Faktoren entscheidend, wie die Lage der Immobilie oder der Modernisierungsgrad des Objektes. Auch ein effizientes Flächenmanagement und spezielle Energiezertifizierungen sind wichtige Variablen bei der Gebäudebewertung.

Lokale Präsenz

Neben der fachlichen Expertise ist es sehr wichtig, dass sich die Bank auf die vielfältigen regionalen Spezifika einstellt. Das ist für die gewerbliche Immobilienfinanzierung deshalb relevant, weil deren Märkte nach wie vor sehr stark regional geprägt sind. Auch Investoren, die auf vielen verschiedenen Kontinenten agieren, wollen auf eine lokale und regionale Expertise zurückgreifen können. Dies gilt gleichermaßen auch für Investoren, die sich auf ausgewählte Märkte konzentrieren und den Fokus beispielsweise nur auf Europa oder nur auf Nordamerika setzen sowie ebenfalls für lokale Akteure, also jene, die nur in bestimmte Länder investieren.

Eine lokale Präsenz und das entsprechende Know-how sind dabei unabdingbar, um die Kunden dort beraten zu können, wo sie die Bank brauchen. Sie ermöglicht eine dezidierte Analyse nicht nur der makroökonomischen Aspekte, sondern ganz besonders der Mikrofaktoren vor Ort. Lokale Einheiten verfügen über ein fun-

Die Autorin

Dagmar Knopek



Mitglied des Vorstands, Aareal Bank AG, Wiesbaden

diertes Wissen über die regionalen Märkte und kennen die jeweiligen Besonderheiten in politischer, juristischer und auch kultureller Hinsicht. Die Bündelung in miteinander vernetzten Vertriebszentren, schafft zentrale Anlaufstellen für wesentliche regionale Wirtschaftsräume. Die Kombination aus der Beherrschung des technischen Handwerks mit einem tiefen Verständnis für die lokalen Gegebenheiten schafft für die Kunden den entscheidenden Mehrwert.

Interkulturalität

Eine wesentliche Herausforderung bei länderübergreifenden Aktivitäten in der gewerblichen Immobilienfinanzierung besteht besonders darin, in einer globalisierten Welt mit internationalen Kapitalströmen und Geschäftsverbindungen die Geschäftsgebaren der vielen Länder interkulturell miteinander zu verknüpfen. Eine erfolgreiche interkulturelle Vernetzung ist ein wesentlicher Faktor für wirtschaftlichen Erfolg und Misserfolg.

Für den Kunden ist es dabei sehr wichtig, einen Bankpartner zu finden, der um die Eigenheiten der verschiedenen Kulturkreise weiß. Denn die weltweiten Unterschiede stellen international agierende Unternehmen – besonders auch im Immobiliensektor – vor große Herausforderungen. Unter wirtschaftlichen Aspekten wird manchen Weltregionen kulturell zugeschrieben, dass nur Zahlen und Fakten zählen, anderen wiederum eine mehr emotionale Herangehensweise und wieder anderen ein eher unberechenbares Naturell. Auch wenn bei pauschalen Beurteilungen Vorsicht geboten ist, steckt bei einer differenzierten Betrachtung viel Wahres dahinter.

Insbesondere, wenn sich beispielsweise Immobilienzyklen am oberen oder unteren Rand der Kurve befinden, wird das interkulturelle Know-how bei länderübergreifenden Projekten oft zu wenig beachtet. In solchen Extremphasen befinden sich nicht selten Akteure am Verhandlungstisch, die aufgrund eines latenten Nichtverständnisses des anderen Kulturkreises aneinander vorbeireden, anstatt das gemeinsame Ziel zu verfolgen.

Aus solchen unterschiedlichen Kommunikationsverhalten entstehen immer wieder Missverständnisse, obwohl letzten Endes alle involvierten Parteien darauf abzielen, eine einvernehmliche Lösung zu finden. Meist meinen die Verhandlungspartner dasselbe, aber es fehlt nur die Fähigkeit,

die jeweilige Perspektive adäquat zu vermitteln. Solche kulturell bedingten Missverständnisse führen nicht selten zum Scheitern von einzelnen Verhandlungen oder gar von ganzen Projekten. Die Bedeutung von Interkulturalität wird so operativ messbar. Das entsprechende Verständnis kann in bestimmten Fällen durchaus den Ausschlag für wirtschaftlichen Erfolg oder Misserfolg geben.

Die gewerbliche Immobilienfinanzierung ist ein hochkomplexes Geschäft. Deshalb ist die persönliche Nähe zum Kunden der entscheidende Vertriebsweg. Ein Vermittler oder das Internet können den direkten Kontakt nicht ersetzen. Persönliche Nähe setzt allerdings voraus, dass der Bankberater die Bedürfnisse und das Umfeld des Kunden möglichst genau kennt. Die Grundlage für eine funktionierende Geschäftsbeziehung bilden dabei Kernwerte wie Fairness, Integrität, Verlässlichkeit und ganz besonders Vertrauen. Nur wenn diese tatsächlich gelebt und jeden Tag aufs Neue bewiesen werden, ist eine nachhaltig erfolgreiche Zusammenarbeit möglich. Für die Bank bedeutet das, auch in schwierigen Zeiten zum Kunden zu stehen, vor allem mit dem Ansatz, bei

Problemen gemeinsame Lösungen zu suchen, anstatt eine einseitige Abwicklung der Geschäftsbeziehung anzustreben. Gerade die Wirtschafts- und Finanzkrise hat den stabilisierenden Wert dieser Vertrauensbasis stark verdeutlicht.

Fachliche Expertise, lokale Präsenz, ein Gespür für Interkulturalität im internationalen Geschäft und der persönliche Kontakt sind wesentliche Kernelemente, um in der gewerblichen Immobilienfinanzierung tragfähige Kundenbeziehungen aufzubauen und langfristig zu halten. Die Bank steht vor der Herausforderung dieses Know-how fachgerecht zu bündeln und für jedes einzelne Finanzierungsprojekt passgenau zu übersetzen. Denn wer in hochwertige Gewerbeimmobilien investiert, erwartet zu Recht einen Finanzierungspartner, der um die Ansprüche der Kunden weiß und maßgeschneiderte Lösungen anbieten kann. Die Grundlage hierfür bilden eine umfassende Integrität, auf die sich der Kunde zu jedem Zeitpunkt verlassen kann, der faire Umgang miteinander auch in diffizilen Situationen sowie das Vertrauen des Kunden in eine Immobilienbank, die fachlich auf Augenhöhe agiert.

Werte ermitteln, schaffen, erhalten.

- ▶ Immobilienbewertung
- ▶ Technische Expertisen
- ▶ Zertifizierung Nachhaltigkeit

Objektiv und unabhängig.

Regulated by RICS  the mark of property professionalism worldwide 


 ImmoWert

Mehr Sicherheit. Mehr Wert.

TÜV SÜD ImmoWert GmbH · www.tuev-sued.de/immowert
 Telefon 0800 1515300 · bewertung@tuev-sued.de 